

## ТРАНСФОРМАЦІЯ БРЕНДІВ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

**Є.Ю. Пікуль**, здобувач вищої освіти

**І.В. Лисенко**, канд. екон. наук, доц.

Національний університет «Чернігівська політехніка»,  
м. Чернігів, Україна

Український бізнес ще не оговтався від кризи через пандемію COVID-19, а вже стикнувся з новими викликами повномасштабної війни. Багато підприємств зазнали значних збитків та руйнувань, через це або повністю припинили, або призупинили свою діяльність.

Серед основних проблем, які не дозволяють відновлюватися та розвивати бізнес під час війни – мала кількість платоспроможних клієнтів, непрогнозованість розвитку ситуації в країні та відсутність достатнього капіталу. Однак, на щастя, багато українських підприємців адаптуються до нових умов, знаходять ресурси та продовжують підтримувати державу та допомагати збройним силам [1].

ІТ-галузь в Україні продемонструвала надзвичайну стійкість та гнучкість в умовах воєнного часу. Понад 80% ІТ-компаній зберегли всі або майже всі контракти. ІТ-сектор став запорукою не тільки втримання економіки, а й її подальшого швидкого відновлення. Дані щодо експорту за перше півріччя 2022 року, більша частина якого тривала вже в умовах воєнного часу, показали зростання на 23% – галузь принесла економіці понад 3,7 млрд. доларів.

Наприклад, команда компанії «Siklum» була готова до віддаленої роботи, почала релокувати колег ще до початку вторгнення й активізувала ці заходи зранку 24 лютого. Наприкінці 2021 року «Siklum» відкрили центр розробки в Індії, а війна прискорила відкриття делівері-центру в Болгарії. Також нещодавно відкрився офіс у Румунії, який як й інші представництва готовий допомагати з працевлаштуванням українським фахівцям, які виїхали за кордон [2].

«LIGA ZAKON» перенесла в європейський датацентр локальну інфраструктуру з основними сервісами, таким чином забезпечивши захист і стабільну роботу бізнесу. Компанією було створено довідково-аналітичний проєкт «Бізнес під час війни», де підприємці мали змогу отримувати необхідну інформацію у вільному доступі. Також «LIGA ZAKON» періодично проводить безкоштовні вебінари, які стосуються нюансів роботи українських компаній під час війни, і функціонує телеграм-канал «Бізнес запитує – LIGA360

відповідає», за допомогою якого експерти компанії вже опрацювали понад 500 індивідуальних питань.

Компанія провела трансформацію продукту «LIGA360», за допомогою якого можливо переглядати матеріали російської пропаганди, моніторити дезінформацію та маніпуляційні настрої як російських, так і українських ЗМІ, а тим самим аналізувати риторику країни-агресора. Для зручного пошуку й аналізу даних було впроваджено сервіс «Графічні зв'язки» – інструмент, функціонал якого зображає результати пошуку (список нормативно-правових актів) у вигляді пов'язаних між собою кіл різного розміру й кольору. Ще один новий інформаційний модуль у рішенні «LIGA360» – новація на актуальні теми, новин у сфері економіки від топових українських ЗМІ та з офіційних джерел, а також можливість переглядати матеріали російської пропаганди, щоб мати змогу аналізувати риторику країни-агресора [3].

Продуктові мережі перейшли на особливий режим роботи, щоб забезпечити мільйони українців необхідними продуктами харчування та товарами першої потреби. Так мережа «АТБ», яка є лідером за кількістю маркетів в Україні, змушена була призупинити роботу майже 200 торгових точок. Частина з них були пошкоджені або зруйновані, а інші – відрізані від комунікацій. Сьогодні ж свою роботу відновили понад 100 магазинів у Київській, Черкаській, Чернігівській, Сумській та Харківській областях. Мережа також змогла відкрити сім нових магазинів. «АТБ» продовжує створювати робочі місця, сплачувати податки до бюджетів усіх рівнів, підтримує захисників України, допомагає продуктами вимушеним переселенцям, мешканцям зони бойових дій, постраждалим від ракетних ударів медичним установам та волонтерським організаціям [4].

Одяг став можливістю доносити світовій спільноті меседжі про Україну як про країну талановитих людей. Разом із тим потужності українських виробників модного продукту стали у пригоді, коли потрібно було шити термобілизну та тактичний одяг військовим замість створення нових колекцій.

Так, бренд «Frolov» шили розвантаження, ракетноносці, а також уніформи нестандартних розмірів для ЗСУ. 1 червня вони запустили благодійний проєкт «Frolov Heart», виручені кошти якого передали на благодійність. Це лімітована колекція чорних та білих світшотів і футболок із вишивкою нитками або бісером. Кожне серце було вишите вручну майстрами, що робить кожен виріб унікальним.

З вересня «Frolov» розпочав співпрацю з проєктом «Фонду Сергія Притули» під назвою Nest. Протягом осені весь прибуток від

продажів світшотів і футболок проекту будуть передавати на будівництво нових будинків для українських родин на місці їхнього зруйнованого житла.

Бренд «Support by Poustovit» запусив дроп із футболками та сорочками «Воля» із принтом українського прапора та словами «Glory to Heroes». Також зробив шовкову хустку з віршами Ліни Костенко. Рядки на хустці прикрашають квіти мімози – символ весни та надії, а в жовто-блакитному обрамленні заховано послання «Віримо в Україну». Прибуток від продажів дропу та хусток бренд відправляє на потреби ЗСУ, до волонтерських організацій, а також на допомогу постраждалим від війни та дітям [5].

Отже для України цей час видається не легким, але бренди відновлюють та трансформують свій бізнес до нових реалій, створюючи нові робочі місця, допомагаючи збройним силам України, громадянам, які постраждали через військові дії, та незважаючи на складну ситуацію продовжують розвивати економіку нашої країни.

### Список використаних джерел

1. Бізнес в умовах війни: що заважає підприємцям працювати. УНІАН Інформаційне агентство: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/stalo-vidomo-yak-ukrajinskiy-biznes-ogovtuyetsya-vid-pershogo-shoku-viyini-novini-ukrajina-11874339.html>.
2. «Україна може стати європейським цифровим тигром»: досвід адаптації та розвитку Ciklum в умовах війни: веб-сайт. URL: <https://budni.rabota.ua/ua/victory/ukrayina-mozhe-stati-yevropeyskim-tsifrovim-tigrom-dosvid-adaptatsiyi-ta-rozvitku-ciklum-v-umovah-viyini>.
3. Трансформація бізнесу та ІТ-продукту в умовах війни – LIGA ZAKON поділилася досвідом на одній із найбільших конференцій в Україні з ІТ-права: веб-сайт. URL: [https://biz.ligazakon.net/news/212636\\_transformatsya-bznesu-ta-t-produktu-v-umovakh-vyni--liga-zakon-podlilasya-dosvdom-na-odny-z-nayblshikh-konferentsy-v-ukran-z-it-prava](https://biz.ligazakon.net/news/212636_transformatsya-bznesu-ta-t-produktu-v-umovakh-vyni--liga-zakon-podlilasya-dosvdom-na-odny-z-nayblshikh-konferentsy-v-ukran-z-it-prava).
4. Ціна змін. трансформація роздрібною торгівлі під час війни: веб-сайт. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny/>.
5. Як українські бренди працюють під час війни: розпитали Riot Division, Frolov, Syndicate і Poustovit. *The Village*: веб-сайт. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/buisness/330047-syndicate-riot-division-support-by-poustovit-frolov-2022>.